



MR FUNCTIONAL VITALITY

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsable:

Laura Juliana Moreno Rincón

Asesor:

Juan Carlos Corredor Hernández

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación Bogotá D.C.

Julio 2023

Tabla de contenido

Introducción.....	2
Nombre.....	5
Misión.....	5
Visión.....	5
Logotipo.....	6
Slogan.....	6
Fundamentación Humanista.....	7
Investigación de mercados.....	8
Capítulo I: Propositiones de valor.....	14
Tipo de propuesta de valor.....	16
Capitulo II: Segmentos de mercado.....	16
Capitulo III: Canales.....	19
Capitulo IV: Relación con clientes.....	21
Capítulo V: Ingresos.....	22
Capítulo VI: Asociaciones Claves.....	26
Capítulo VII: Recursos Claves.....	29
Capítulo VIII: Actividades Claves.....	33
Capitulo IX: Estructura De Costos.....	34
Lienzo Del Modelo De Negocio.....	42
Referencias.....	44

Introducción

La idea nace desde primer semestre, en el momento que se da el inicio a ver todas las materias de salud y deporte, ya que se complementan muy bien para la idea que está en mente. La cual es crear una empresa de rehabilitación deportiva junto a mi hermano que es fisioterapeuta, aprovechando la profesión de ambos en facultad de

ciencias de la salud. A lo largo de la carrera se han visto y estudiado materias que gracias a ellas respaldan el trabajo, potencian y mejoran el alcance de la empresa de rehabilitación, como también, son en las que se basan para crearla, de esta forma mejorar la experiencia del usuario y los trabajadores, estas materias son: biomecánica, prescripción del ejercicio, tecnologías aplicadas a la investigación, entrenamiento personalizado y grupal, fisiología del ejercicio, morfo fisiología, patokinesis, deportes de arte y precisión, deportes de conjunto, etc.

La empresa MR FUNCTIONAL VITALITY, surge de los varios casos escuchados, vividos de amigos, familiares y demás personas que tienen temor de continuar con su deporte o su práctica de actividad física después de lesionarse, muchos piensan en que van a volver a lesionarse o, tienen malos pensamientos a que pueda suceder algo peor volviendo a jugar, correr, saltar etc. Nosotros buscamos que nuestros usuarios olviden ese pensamiento y por medio de profesionales altamente capacitados, logren superar todo este tipo de conflictos, no solo físicos, sino también mentales, familiares y de su vida cotidiana.

Según (La Escuela Europea del deporte, 2023) dice que, La rehabilitación deportiva es un método multidisciplinar que trata las lesiones ocasionadas por la práctica deportiva. De esta manera, el atleta recupera su movimiento normal. Es allí donde se quiere llegar, que el sujeto no solo recupere su movimiento normal sino también pueda volver a practicar el deporte, bien sea como aficionado, competitivo y de alto rendimiento. La fisioterapia según (La OMS, 2023) es el arte y la ciencia del tratamiento físico que ayuda a restaurar el movimiento y la función cuando alguien ha sido afectado por lesión, enfermedad o discapacidad. Es importante tener en cuenta este término ya que es el factor que más influye en el proceso de recuperación del usuario.

Según (Navas, J, 2000) La rehabilitación deportiva requiere no sólo la completa restauración del rendimiento funcional de la articulación o extremidad afecta, sino que también comprende el mantenimiento de las capacidades atléticas del deportista, mediante su trabajo según un plan de entrenamiento modificado de acuerdo a las características de la lesión. Kennedy Y, & Chang, (2012) nos dice que la vitalidad tiene que ver con la energía interna del cuerpo, y ha tenido diversas denominaciones según la tradición y cultura. Menéndez J, Guevara A (2005) afirman que la capacidad funcional suele evaluarse a través del grado de autonomía que se posee para realizar una serie de actividades cotidianas relacionadas con el cuidado personal o actividades básicas de la vida diaria

Según Palmi y Solé (2023) los programas de intervención psicológica para la rehabilitación deportiva varían según la fase. Estos autores diferencian dos fases: fase de inmovilización y fase de movilización. La fase de inmovilización comprende desde la inmovilización inmediata a la lesión hasta el principio de la recuperación, cuando el deportista va a ir recuperando de forma progresiva sus niveles de funcionalidad motora

Por otro lado, los factores extrínsecos que hacen referencia a aquellos que se relacionan netamente con la condición de salud de cada uno de los usuarios, como lesiones previas, antecedentes personales y familiares, el consumo de fármacos, consumo de bebidas alcohólicas y tabaco que podrían llegar a alterar el normal funcionamiento del cuerpo dentro de su recuperación deportiva , dentro de estos factores y en el que se centra MR FUNCTIONAL VITALITY es rehabilitación de estos sujetos y prevenir el abandono de la práctica deportiva.

Las características del modelo canvas están vinculadas con MR FUNCTIONAL VITALITY de la siguiente manera, tiene una amplia comunidad de usuarios, es flexible y adaptable a diferentes necesidades de esta forma es segura y fiable. Teniendo en cuenta lo anterior ofrecemos una excelente atención al cliente. Nos identificamos con todo lo anteriormente nombrado ya que brindamos un servicio con profesionalismo y lo más importante con vocación.

Nombre

MR FUNCTIONAL VITALITY

Misión

Mejorar la calidad de vida de las personas por medio de la rehabilitación y el entrenamiento personalizado que permitan mejorar procesos de recuperación, permitiendo mantener y mejorar la funcionalidad brindando vitalidad en su vida cotidiana como deportiva.

Visión

Lograr el reconocimiento distrital, nacional y poder alcanzar el internacional como un referente de la rehabilitación deportiva en personas aficionadas, de alto rendimiento o en proceso deportivo en el 2030.

Logotipo



El logo de MR FUNCTIONAL VITALITY está conformado por un círculo de color naranja, amarillo y verde que representan la creatividad (color amarillo), la salud, calma y paz (color verde), confianza, éxito, generosidad (color naranja), las letras M que significa moreno y R que significa rincón, por otra parte, la palabra vitalidad funcional, debido que buscamos brindar una vida vital y funcional a nuestros usuarios con el fin de no abandonar su práctica deportiva.

Slogan

“La rehabilitación deportiva crea movimiento con el cuerpo, pero principalmente con la mente” es importante decir que la fuerza mental muchas veces es una ayuda bastante grande a la hora de hacer un movimiento que implique gasto energético, ya que se si la motivación está en un 100% el cuerpo tendrá la energía y la potencia mental para poder ejecutar cualquier acción.

Fundamentación Humanista

MR FUNCTIONAL VITALITY y todos los profesionales que estarán implicados en el desarrollo y creación de la misma, es necesario que contribuyan al profesionalismo ético, donde los valores son los siguientes y se representa de la siguiente manera:

Compromiso: Tanto del usuario en la asistencia plena de sus terapias y entrenamientos, como de parte de MR Funcional Vitality, con asistencia de todos los profesionales, en horarios, días y rutinas programadas.

Profesionalismo: Tener vocación en cada una de sus labores con el fin de ser ético ante cualquier circunstancia, Por parte de los todos los entrenadores, fisioterapeutas, gerentes, contadores, psicólogos y demás personas contratadas para la empresa.

Paciencia: Tener la capacidad de parte de los empleados y usuarios de soportar o tolerar situaciones molestas, irritantes o de adversidad con tal de conseguir una vida sin problemas mentales y físicos teniendo una satisfacción hacia la rehabilitación brindada por parte de los profesionales.

Respeto: Cordialidad con el usuario, a la autonomía del entrenador y fisioterapeuta (trabajador), por parte del usuario a los entrenadores fisioterapeutas y servidores, cuidar de los tiempos de los demás; **responsabilidad:** puntualidad del usuario, entrenador y fisio.

Lealtad: Que el usuario permanezca en las instalaciones, finalmente la transparencia: En que los trabajadores se puedan desarrollar libremente y el usuario se sienta tranquilo mostrándose como es, y así se pueda crear una conexión fuerte entre entrenadores, fisios y usuarios.

La postura ética que se refleja en los profesionales en la empresa es humanista, donde brindar ayuda a los demás a través del conocimiento y la experiencia es fundamental para brindar un buen servicio, donde el amor hacia el prójimo es la clave del éxito. Por otro lado, promover la libertad y la autonomía, pero a su vez, basarse en la responsabilidad de un gran poder. Hernández Posada, Á. S. (2001).

Investigación de mercados

Según (Santa Clara University, 2017) La investigación de mercados los expertos la definen como el acto en tal de recopilar y a su vez analizar cierta información del mercado nicho, dando como resultado el descubrimiento de quiénes son, qué desean y cuáles son sus necesidades. Esta información será una herramienta de ayuda para elegir y determinar una idea de negocio la cual la población si estará interesada y dispuesta a pagar.

En la actualidad existen variedad y cantidades de empresas de rehabilitación deportiva en Colombia y aún más en el mundo, en Bogotá encontramos cinco empresas de rehabilitación deportiva, solo rehabilitación existe bastantes, a nivel Colombia existen aproximadamente quince empresas de rehabilitación deportiva, pero con diferentes énfasis, como lo son la recuperación en ortopedia, geriátrica, traumatología, neurología entre otras.

Por qué abandonan su actividad deportiva después de una lesión, muchas veces por miedo a volver a lesionarse, otras por escases económica, también por falta de fuerza de voluntad, fuerza mental según Cervelló (2007) afirma que el abandono y motivación son dos conceptos estrechamente ligados ya que en el primero es a menudo consecuencia de la falta del segundo. En este sentido el abandono deportivo es un indicador muy importante de la motivación en el deporte, en palabras de dicho autor el abandono deportivo se puede contextualizar como aquella situación en la cual los sujetos han finalizado su compromiso explícito con una especialidad deportiva concreta.

Dentro de la investigación de mercados se encontró que existen variedad de empresas, pero ninguna como MR FUNCTIONAL VITALITY ya que cuenta con profesionales alta mente calificados en la salud y en el deporte, los cuales brindan una excelente recuperación a su lesión y no solo desde la parte física si no también desde la parte mental, porque nuestro cuerpo humano funciona un 70% basado en la mentalidad de cada uno y si el usuario como es fuerte en su parte mental así mismo será en su parte física.

Algunos tipos de problemas que afectan a la recuperación de una lesión, Según Cruz, c, (2021) afirma que existen varios problemas dependiendo la persona 1 de ellos y los principales son problemas de la vida cotidiana, tales como cambio de carrera, discusiones en casa, perdida de un familiar, escasez económica y bastante dolor. Por otra parte, encontramos los problemas temporales aquellos que son quedar sin trabajo, pelear con la pareja, por último, están los problemas diarios que son los reconocemos más habitualmente.

Dentro de la investigación de mercados encontramos algunas cosas que ofrecen varias de las empresas a nivel de Bogotá y Colombia, una de ellas es el manejo del dolo

en la rehabilitación física como lo dice Terrados (2010) Es un conjunto de procedimientos terapéuticos que utilizan las propiedades de distintos agentes físicos con la finalidad de curar, recuperar, disminuir (dolor y otros), aumentar (función muscular, velocidad de transmisión nerviosa y otros), según la condición del paciente. Para ello se aplican ultrasonido, onda corta, TENS, crioterapia, calor superficial, entre algunas. Hace parte de la rehabilitación física, pero con énfasis a la recuperación deportiva.

Por otra parte, encontramos la kinesiterapia la cual está orientada a recuperar lesiones de tipo deportivas. Requiere de una atención dedicada en el proceso de recuperación y reintegración de la persona, se deben identificar todos los factores que generaron ese traumatismo para que no vuelva a aparecer. También se dedica a mejorar las funciones de un deportista que no tenga lesiones, pero que presente dificultades para realizar algún deporte, para lo cual se evalúa y desarrolla un programa específico orientado a mejorar sus condiciones.

Por último, la más importante, la rehabilitación deportiva la Fisioterapia Deportiva, es una especialización de Fisioterapia, la cual va dirigida a todas aquellas personas que realizan una práctica deportiva de forma regular, ya sea dentro de una práctica básica, amateur, d'elite y/o de deportivo-salud.

En este caso, la función del Fisioterapeuta Deportivo será la aplicación del tratamiento mediante agentes físicos, como electroterapia, termoterapia (calor), de terapia manual, hidroterapia y ejercicios terapéuticos en diferentes técnicas especiales, para centrar sus objetivos, destinados exclusivamente a la recuperación y readaptación deportiva del paciente lesionado.

Así mismo, el Fisioterapeuta Deportivo, debe tener los conocimientos tanto anatómicos, fisiológicos, como los conocimientos pato mecánicos de la lesión deportiva. Sobre esta realizara a partir de un diagnóstico médico (de traumatología normalmente), un protocolo y un tratamiento correcto de ejercicios y tablas terapéuticas personalizadas a cada caso.

Destacar y recalcar la máxima importancia y prioridad por parte del fisioterapeuta, incidir en la PREVENCIÓN de las lesiones del deportista, creando como hemos mencionado anteriormente, un protocolo de tratamiento personalizado a cada caso, así como un tratamiento específico pre competición e inmediatamente post-competición.

El Fisioterapeuta Deportivo debe recuperar la funcionalidad del deportista lo antes posible, acelerando los procesos biológicos de recuperación de la lesión, limitando lo menos posible su entrenamiento y velando porque se reincorpore con las mayores garantías de éxito.

Figura 1

Investigación de competencias empresariales.

COMPETENCIA	TIPO DE SERVICIO SIMILIAR QUE OFRECE	UBICACION	FORMAS DE VENTA	PRECIO
--------------------	---	------------------	----------------------------	---------------

Cenred	<p>Consulta externa especializada y de rehabilitación, buscando proporcionar servicios a nuestros clientes diferentes alternativas para mejorar la calidad de vida y retomar de manera segura sus actividades diarias y deportivas.</p>	<p>Carrera 49 #93-40 Barrio La Castellana</p>	<p>Google Whatsapp Correo electrónico</p>	<p>Varía según la patología del paciente y usuario</p>
Kinet	<p>Análisis de movimiento. Somos un centro médico especializado en el estudio de la biomecánica del cuerpo humano y la prescripción del ejercicio para la salud y el bienestar.</p> <p>Recuperación física Rehabilitación</p>	<p>Boyacá - Sogamoso</p>	<p>Google</p>	<p>Varía según la patología del paciente y usuario</p>

	deportiva Deportología Medicina del deporte Fibromialgia			
Met	Desarrollo de procesos para la recuperación de patologías osteomusculares, rehabilitación de lesiones deportivas y asesoría en el mejoramiento físico	Calle 106Calle 106 N 23-61 piso 8	Google	Varía según la patología del paciente y usuario

Se realizó la investigación de las competencias en rehabilitación deportiva donde se encontró tres competencias bastante reconocidas a nivel de Colombia, las cuales son Cenred donde su objetivo principal es la rehabilitación física, Kinet que manejan algo similar a lo anterior la recuperación física y la fibromialgia. Por último y la más conocida Met, ellos se enfocan en el mejoramiento físico y rehabilitación deportiva. Cenred y Met se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá, y Kinet se encuentra en Sogamoso Boyacá.

Para contextualizar con la matriz dofa, se entiende por parte de las amenazas que existe una empresa a nivel Colombia de rehabilitación deportiva, la fortaleza es que no existe ninguna con entrenamientos personalizados post recuperación, en debilidades puede que los usuarios por ser nueva no tengan confianza con nosotros y la oportunidad es que hacia la zona norte no existe espacios de rehabilitación.

Según el senado de la república de Colombia dice que la ley 1616 de 2013, ley de Salud Mental establece la salud mental como un bien de interés y prioridad nacional, un derecho fundamental y un tema prioritario de salud pública para en principio garantizar a la población colombiana el ejercicio pleno del derecho a la salud mental.

El Ministerio del deporte afirma que la ley 181 de 1995 es por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.

Capítulo I: Propositiones de valor

Las proposiciones de valor hacen referencia a un conjunto de características que le dan cierta ventaja y características individuales a un servicio o producto frente a los demás, según Salazar (2023) hace que el cliente tenga una idea clara, transparente y concreta del producto/servicio y de tal manera sea relevante para el mismo.

Por qué escoger MR FUNCTIONAL VITALITY, Brindamos un servicio que no es conocido a nivel de Latinoamérica, hasta el día de hoy en el año 2023 no se conoce una empresa donde se especialicen en la rehabilitación y luego de esto continúen con un entrenador especialista en el deporte en el cual fue causada su lesión. La idea de MR es brindar el servicio de rehabilitación con excelentes profesionales de salud como, fisioterapeutas con diferentes especialidades y ortopedia, ofrecemos el servicio de

profesionales en deporte, como de cultura física, deporte y recreación, licenciados en deporte, entrenadores deportivos entre otros.

Según Perdomo, O (2012) dice que uno debe escoger y sentir cual es la meta que está en mente si abres un negocio, no se debe esperar una meta perfecta, lo importante es que escoger el blanco de las aspiraciones hacia dicha empresa o proyecto. Si se escoge hoy una meta, ella te moverá a la acción y así mismo brindara la oportunidad de experimentarla para poder de esta forma lograr otras, de esa manera se encontrarán muy pronto a la meta perfecta teniendo en cuenta esta acción ella actuara y lucirá inalcanzable después de todo.

Continuando con lo anterior MR FUNCTIONAL VITALITY se basa en el proceso y la recuperación con excelencia del usuario, no se basa en que su rendimiento en que su recuperación sea rápida si no que se enfoca en que su proceso sea eficaz, tardar lo que tenga que tardar siempre y cuando se logren los objetivos propuestos por el deportista. Con ayuda de todos los profesionales que cuenta dicha empresa, dando lo mejor de si mismo cumpliendo con su vocación.

Lo que propone la empresa es hacer un proceso de rehabilitación continuo, que se basa en la rehabilitación del usuario y seguido a su recuperación pueda poder entrenar con mucha tranquilidad con profesionales certificados en deporte, que olviden el temor a volver a una cancha, a una pista, a todo este tipo de escenarios donde solían practicar su disciplina, de esta forma se brinda un apoyo psicológico para todas aquellas personas que por más que quieran les falta un poco de apoyo psicológico para poder lograr sus objetivos.

Tipo de propuesta de valor

Novedad: bastante grande, ya que no existe una empresa como MR FUNCTIONAL VITALITY, donde ofrecen un servicio de rehabilitación y seguido a esto un proceso de entrenamiento personalizado de su deporte, la gran mayoría de empresas ofrecen servicios como ortopedia, tratamientos de fibromialgia, trabajadores como fisioterapeutas deportivos y deportólogos. MR brinda cantidad de profesionales en la salud y en el deporte. fisioterapeutas con diferentes especializaciones, entrenadores personalizados con maestrías y proceso formativo bastante amplio.

Diseño: Va enfocado dependiendo a los objetivos del usuario y a la fuerza motivacional, mental y física que tenga la persona.

Marca/estatus: se encuentra subordinado a los niveles socioeconómicos del usuario y al tipo de lesión que sufre en ese momento.

Reducción de riesgo: Uno de los objetivos principales de la empresa es reducir el abandono de las prácticas deportivas a causa de una mala recuperación con personas empíricas en el tema.

Capítulo II: Segmentos de mercado

Los segmentos de mercado según Mullins, Walker, Boyd y Larréche (2007), están diseñados como una herramienta facilitadora en el proceso de diseño, ya que se conocen los segmentos particulares y sus respectivas características con el fin de satisfacer una necesidad en particular. Al ser un grupo homogéneo da la facilidad de

convertirse en una empresa como un grupo de mercado objetivo y de tal manera la empresa tendrá a quién dirigir sus propuestas de servicio o producto y además las estrategias de marketing.

Esta empresa va dirigida a todos aquellos deportistas que quieren y gustan de seguir practicando su deporte o disciplina sin tener que pensar en volver a lesionarse, ya que este pensamiento va muy arraigado a personas que influyen en un mal proceso de aprendizaje del deportista, también para que tengan un excelente proceso de recuperación y de entrenamiento personalizado con el fin que si tienen molestias, inquietudes, problemas, puedan solucionarle en las mismas instalaciones, sin tener que trasladarse o buscar otra sitio donde puedan solucionar este tipo de situaciones.

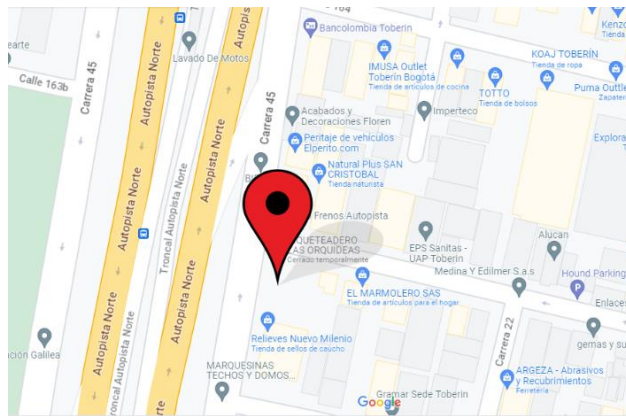
Teniendo en cuenta lo anterior el tipo de mercado es nicho ya que es una parte específica de un grupo de consumidores es decir que está conformada por pocas personas que comparten necesidades similares o iguales.

La segmentación geográfica de la empresa se localiza inicialmente en países de habla español, principalmente en Colombia y posteriormente en Sudamérica que se caracteriza por tener acceso libre a diversas instalaciones. Específicamente la empresa está ubicada en la calle 161 con autopista norte. Bogotá D.C.

Segmentación geográfica

Figura 2

Bogotá D.C, Colombia, localidad de Usaquén



En la figura número uno se observa la localidad, la vía principal que es la autopista norte, sentido sur noreste, con calle ciento sesenta y una, cerca de la estación tras milenio Toberín y estación calle ciento sesenta y una.

Segmentación demográfica

En cuanto a la segmentación demográfica, los usuarios a los que va dirigida la empresa son mayores de edad entre ellos, deportistas desde los 4 años en adelante hasta los 55 años de edad, la clase social estará abierta a todo público, pero cabe aclarar que los servicios que brindamos tendrán un gran costo, es decir que la clase social baja tendrá muy poco acceso a las instalaciones.

La segmentación psicográfica

La segmentación psicográfica se refiere a las personas como niños, jóvenes y adultos usuarios que deseen tener una rehabilitación post lesión a su deporte favorito. Que su estilo de vida sea digno a nivel de la sociedad, donde los valores estén basados en actitudes de motivación y superación, de esta forma estén vinculados con el respeto y responsabilidad.

La segmentación conductual

La segmentación conductual va enlazada con las ventajas que brinda la empresa como lealtad, compromiso hacia el usuario, ya que escuchamos cada opinión del usuario para mejora de la empresa y del proceso de recuperación de los mismos, la utilización de nuestras instalaciones queda siempre abiertas para el usuario que finalice su recuperación (con costo).

Capítulo III: Canales

Camino, J (2012) dice que los canales se caracterizan por ser la manera en la que la propuesta de valor se hace llegar a el segmento de mercado, siempre teniendo en cuenta los precios y la eficiencia para que así, el producto o servicio llegue a un mayor número de personas y se dé a conocer.

La forma de cómo se llevará acabo la empresa a los clientes es utilizando los canales adecuados que actualmente se están utilizando para el mundo del deporte y la rehabilitación: Tik Tok, YouTube, Facebook, Instagram, Google, página web y e-mail. Gracias a la nueva tecnología, existen variedad de canales de comunicación, es por ello que hoy en día es mucho más factible dar a conocer un producto, una empresa o un

establecimiento. Pero MR FUNCTIONAL VITALITY no dejara atrás otros medios que funcionaban de la misma manera hace unos años como lo son, periódicos, cartas, el voz a voz, las recomendaciones por parte de familiares, amigos, conocidos, colegas y demás personas donde ayudaran al crecimiento en general de toda la empresa. marketing contará con cinco funciones de canales y son:

Fase de Información

Canal de percepción o de información: La empresa contará con un logo y eslogan que le permitirá ser reconocible en redes sociales y destacable ante otras empresas de rehabilitación en el deporte ya existentes en el mercado. Se tendrá en cuenta las clínicas y escuelas deportivas. Se acompañará de videos en las pantallas de los centros deportivos.

Fase de Evaluación

Canal de evaluación: Cuando el usuario finalice cada proceso de rehabilitación y de sesión de entrenamiento llenara un formulario al salir de las instalaciones.

Fase de Compra

Canal de compra: Los pagos se maneja dependiendo a los objetivos plantados por el usuario, el usuario puede hacer la inscripción presencial en las instalaciones de la empresa allí se brinda toda la información o en segunda opción vía página web donde encontrarán toda la información, también podrán realizarlo de forma telefónica, puede ser en efectivo, consignación bancaria o electrónica (Nequi, Daviplata, Todo tipo de tarjetas débito, crédito).

Fase de Entrega

Canal de entrega: Se realiza un diagnóstico para conocer los objetivos planteados, se le entregara una planeación con horario de sesiones de terapia y horario de sesión para el entrenamiento.

Fase de posventa

Canal de posventa: Venta de implementos para la recuperación planes de alimentación y nutrición Para fortalecer la relación con los clientes que han permanecido en las instalaciones de MR FUNCTIONAL VITALITY se plantea la posibilidad de obsequiar un detalle como camiseta deportiva, termo de agua, gorra, entre otros artículos deportivos que incluso pueden ser producto de una alianza comercial entre implementos de ortopedia, como, vendas, rodillos, cojín inestable, bandas de diferentes potencias, pelotas terapéuticas, balones, lazos, conos, platillos, etc.

Capítulo IV: Relación con clientes

En cuanto a la relación con los clientes dice Fernández (2022) que esta se centra en responder frente al tipo de relación que se plantea tener con el cliente la cual debe estar ligada a la propuesta de valor y de la identidad de la marca, ya sea producto o servicio. Posterior a la compra o adquisición de lo que se ofrece, también se debe tener en cuenta la gestión de la relación que se tiene con el cliente, por lo tanto, brindar atención antes, durante y después es un factor clave ya que esto puede generar un factor diferenciador a nivel de reconocimiento, experiencia del cliente y en la parte de ingresos.

La forma de captar nuevos clientes será por medio de algunos descuentos que ofrecemos, se maneja los dos primeros meses con descuentos del 30% del valor de su proceso, si continúan después de 6 meses tendrán descuento del 10% en los siguientes 6 meses. otra forma será por medio de las clínicas, (Palermo ya que existen varios contactos fuertes que puedan remitir a nosotros a las personas que tuvieron alguna lesión).

Por otra parte, el usuario tendrá la libertad de consultar el proceso de estudio y experiencia laboral de los profesionales que intervengan con dicha persona, esto con el fin de que el cliente tenga más conexión con demás usuarios y profesionales para que de esta forma se sienta plenamente confiado y seguro de que los especialistas que están haciendo de su proceso algo mejor saben cada técnica, movimiento e intervención de una manera eficaz con bastante profesionalismo.

Relación personal exclusiva

La relación con cada uno de los clientes es de asistencia personal exclusiva derivada de los objetivos planteados para cada uno de nuestros usuarios.

Capítulo V: Ingresos

La fuente de ingresos está basada en el flujo de caja necesario para cubrir los gastos y tener una rentabilidad en la empresa. Dentro de un modelo de negocio es posible que existan

Diferentes fuentes de ingresos como lo expresa Crespo (2022) que dependen del valor que estén dispuestos a pagar los clientes y las características de la empresa. Además, las fuentes de ingresos determinarán la estabilidad financiera de la empresa

Suscripción y venta de activos

El tipo de ingresos será por medio de la suscripción de los usuarios por medio de un registro digital y en físico en las instalaciones de la empresa, también podrán suscribirse las páginas web, en YouTube y otras plataformas donde se brinda información de la empresa. Por otra parte, la venta de activos incluye toda parte de las instalaciones como piscinas, canchas, equipamientos, materiales entre otras cosas, personal de tratamiento y entrenamiento a sus sesiones.

Para la definición de estos precios se investigó en Consultor Salud diferentes nóminas de fisioterapeutas, por otra parte, se consultó con los gimnasios smarfit y spinning center para los entrenamientos personalizados, de allí sacamos un valor promedio para tener adquisición de clientes y buena venta en los planes que ofrecemos.

Las estrategias para definir el precio de los servicios que MR FUNCTIONAL VITALITY ofrece están pensados en la economía actual y la accesibilidad de diferentes usuarios sin importar el nivel socioeconómico.

Tabla 1

Tipos de planes de entrenamientos

	PLANES PARA 1 PERSONA			
Entrenamiento = \$85.000	PLANES DE ENTRENAMIENTO	DIAS	PRECIO	VALOR DE GANANCIA

Plan Único E	3	\$255,000	\$120,000
Plan JJ E	7	\$595,000	\$280,000
Plan OV E	1 mes	\$2'550,000	\$1'200,000
Plan MR E	2 meses	\$5'100,000	\$2'400,000

Tipos de planes de terapia

Terapia = \$90.000	PLANES DE TERAPIA	Sesiones	PRECIO	VALOR DE GANANCIA
	Plan Único T	3	\$270,000	\$90,000
	Plan JJ T	10	\$900,000	\$300,000
	Plan OV T	15	\$1'350,000	\$450,000
	Plan MR T	20	\$1'800,000	\$600,000

Nota. En la tabla número uno se evidencia que se efectúan los planes por meses o sesiones, donde se maneja cuota por uso, debido a que el entrenamiento tiene un costo de \$85.000 la sesión teniendo en cuenta este valor, se cancela \$45.000 al entrenador y \$40.000 para la empresa, donde la ganancia por 3 días de una persona es de \$120.000 y en la parte terapéutica tiene un costo de \$90.000 la sesión de terapia donde se cancela \$60.000 al fisioterapeuta y \$30.000 para la empresa esto quiere decir por 3 sesiones de terapia el porcentaje de ganancia es de \$90.000.

En cuanto al gasto de corretaje que maneja en MR FUNCTIONAL VITALITY será de marcas deportivas de ropa, materiales o suplementos que se quieran dar a conocer con nuestro mercado el cual se comparte. Por otra parte, al darse a conocer la empresa en las diferentes redes sociales como lo es Instagram, YouTube, Facebook, tiktok entre otras, los ingresos por videos o fotos publicados es bastante amplio ya que, si tiene más de 1.000 visualizaciones también cierto porcentaje de likes y comentarios o repostado, se obtiene una excelente ganancia por estos medios. Se brinda un convenio con Youtube donde trabajamos para ellos y ellos para nosotros, en el cual ellos nos pagan un cierto porcentaje por las visitas y likes de los videos y nosotros subimos contenido para el mismo. También hacemos un vínculo con las empresas de elementos de rehabilitación donde ellos nos dan un porcentaje de ventas, en el cual nosotros remitimos a los pacientes post recuperación a la compra de ciertos implementos, de esta manera tenemos un ingreso adicional gracias a la publicidad y negociación con diferentes empresas. Los ingresos por suscripción tendrán una proyección mensual en el primer año así:

Tabla 2

Promedio de Ingresos de un mes

PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES			
Producto/Servicio	Precio	Cantidad	Ingresos
Plan Unico E x 3 días	\$120.000	20	\$2.400.000
Plan JJ E x 7 días	\$280.000	17	\$4.760.000
Plan OV E x 1 mes	\$1.200.000	12	\$14.400.000
Plan MR E x2 meses	\$2.400.000	7	\$16.800.000
Plan Unico T x 3 sesiones	\$90.000	20	\$1.800.000
Plan JJ T x10 sesiones	\$300.000	15	\$4.500.000
Plan OV T x15 sesiones	\$450.000	10	\$4.500.000
Plan MR T x20 sesiones	\$60.000	25	\$1.500.000
Total ingresos			\$50.660.000

Nota. Se entiende en la tabla numero dos el promedio de ingresos de un mes es decir que aun año el total de ingresos es de \$ 607.920,000 donde se especifica el precio de ganancia por 3 días en el plan único E, luego el plan JJ E donde la ganancia es por 7 días, luego de esto está el plan OV E que es por 1 mes su ganancia y por el ultimo el plan MR E por 2 meses su ganancia. Continuando con lo anterior se observa en el plan único T la ganancia es por 3 sesiones, luego de esto el plan JJ T que es la ganancia es por 10 sesiones, pasamos al plan OV T que su ganancia es por 15 sesiones y por último el plan MR T por 15 será su ganancia.

Tabla 3

Egresos proyectados a un año

DESCRIPCIÓN	Costos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Costos fijos	\$17.444.311	1	1	1	1	1	1
Costos variables unitarios	\$141.429	68	78	102	124	135	154
Costos del primer año	1'033,218,000	\$27.061.454	\$28.475.740	\$31.870.025	\$34.981.454	\$36.537.168	\$39.224.311

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		PROMEDIO
1	1	1	1	1	1		1,0
152	138	147	135	139	140		126,0
\$38.941.454	\$36.961.454	\$38.234.311	\$36.537.168	\$37.102.883	\$37.244.311		\$35.264.311

Nota. En la tabla anterior número tres se evidencia los costos tanto fijos como variables unitarios de la empresa, por otra parte, se muestra los costos desde el mes de enero hasta el mes de diciembre, por último se observa un promedio de \$35.264.311 en costos del primer año.

Capítulo VI: Asociaciones Claves

Este se refiere a las alianzas estratégicas que se establecen en las organizaciones con el fin de generar un intercambio de información que sea beneficiosa para las empresas involucradas con el fin de darle una mejora y potenciar la propuesta de valor, reducir riesgos y adquirir recursos. Existen cuatro tipos: Las alianzas estratégicas, que se dan entre empresas que nos competencia directa como proveedores y compradores. Las Co- competencia, hace referencia a las alianzas que se dan entre competidores. Las Joint- Ventures, se dan para formar nuevos negocios, por último, relaciones comprador-proveedor, cuyo objetivo es garantizar que las empresas cuenten con los insumos necesarios, accesibles en precio, tiempo y forma. Sánchez, J, (2020).

Para MR Funcional Vitality el tipo de asociación son los socios claves como empresas y personas los cuales serán nombrados a continuación.



Las alianzas que se pretenden establecer son con los entrenadores profesionales, con los Fisioterapeutas entre otros equipos de trabajo como los siguientes espacios deportivos y de salud, las clínicas Palermo y Alcalá) ya que se maneja una optimización

de escala debido a que se debe conseguir mayor visibilidad de la empresa por medio de espacios externos a la empresa.



Centros deportivos, gimnasios, marcas deportivas y de suplementación. El tipo de relación que se dará con estos son de tipo estratégico y mediante asociaciones de tráfico cruzadas o de intercambio, ya que al no ser empresas o servicios competidores se podría ver beneficiado a ambas partes y completar el servicio que se prestará, además, enlazar los clientes mediante referencias cruzadas.

Tipo de asociación clave: Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.

Por parte de los entrenadores y fisioterapeutas, complementan el servicio ya que son ellos la parte fundamental para el proceso de recuperación al programar las rutinas de los usuarios y prestar un servicio de calidad, profesional y actualizado a la evidencia científica del entrenamiento al sujeto que lo necesite y adquiera. buscando la promoción y difusión para que se dé a conocer los servicios que se brindan en la empresa beneficiando el ingreso de nuevos clientes.

Tabla 4

Alianzas y ganancias

ALIANZAS	GANACIAS		GANACIAS
Smartfit	Contratar profesionales en entrenamiento personalizado que trabajen medio tiempo en smartfit y medio tiempo con nosotros	MR FUNCTIONAL VITALITY	Personas remitidas y mayor ingreso de planes de terapias y entrenamientos
IDRD	El alquiler de sus zonas deportivas como, piscinas, pistas atleticas, pistas de BMX, canchas, entre otras cosas		Personas remitidas y mayor ingreso de planes de terapias y entrenamientos
Bodytech	Contratar profesionales en entrenamiento personalizado que trabajen medio tiempo en smartfit y medio tiempo con nosotros		Personas remitidas y mayor ingreso de planes de terapias y entrenamientos
Clinica Palermo	contratar profesionales en fisioterapia que trabajen medio tiempo en la clínica y medio tiempo con nosotros		Personas remitidas y mayor ingreso de planes de terapias y entrenamientos
Clinica Alcala	contratar profesionales en fisioterapia que trabajen medio tiempo en la clínica y medio tiempo con nosotros		Personas remitidas y mayor ingreso de planes de terapias y entrenamientos
Marcas Deportiva	Compras de implementos como tenis, ropa deportiva, balones, aros, cuerdas, etc. no solo por parte de la empresa si no tambien de los usuarios		Compro los implentos y los ofrezco a un valor viable para los usuarios, pero como yo lo compro por mayor me va a salir mucho mas economico
Marcas de implentos Terapeuticos	Venta de materiales, como bandas, rodilleras, coderas, muñequeras, maquinas como tens y otros equipos electronicos, de igual forma no solo para la empresa si no tambien para el usuario		Se negocia con el empresa para definir un prcentage economico por cada producto vendido, de igual manera si llegan personas preguntando a la tienda por centros de rehabilitacion, ellos remitirlos a

Nota. En la tabla número cuatro se observa las alianzas que tendrá la empresa, el tipo de ganancia por parte de la alianza y por parte de MR Functional Vitality, los cuales son bastante satisfactorios y no se pierde económicamente en ninguna de las alianzas ni en la empresa.

Capítulo VII: Recursos Claves

Los recursos clave son un componente básico de todas las empresas ya que hace referencia a los recursos necesarios para desarrollar la administración de la misma y darle de tal manera a la propuesta de valor un aspecto más llamativo para el segmento de mercado. Dentro de estos recursos se encuentran los físicos, intelectuales, humanos y financieros. Según Polo (2017) Los recursos físicos hacen referencia a los medios materiales como son las instalaciones, vehículos, maquinaria, entre otros. Los recursos intelectuales son la marca, derechos de autor, contratos de exclusividad. Los recursos

humanos contienen a las personas importantes y trascendentales para cada una de las actividades que se van a realizar en la empresa, por último, los financieros que permitirán tomar cierta ventaja y sacar beneficio en situaciones del mercado.

Tabla 5

Talento Humano

TALENTO HUMANO					
Cargo	Tipo de contrato	# personal	Salario	TOTAL	Observaciones
	Funciones				
ENTRENADORES	Entrenamientos personalizados max 3 personas por sesion en diferentes disciplinas	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000	Todos los cargos realizarán su función los días
FISIOTERAPEUTA	Terapias personalizadas max 3 personas por sesion, con especialistas de alto rendimiento	3	\$ 1.300.000	\$ 3.900.000	
CONTADOR	Gestiona y lleva la contabilidad de la empresa	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	
SERVICIO DE ASEO	Organizar, limpiar y mantener aseado las instalaciones de la empresa	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	
MANTENIMIENTO	Realiza asistencia tecnica de equipos, piscina y cancha sintetica	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000	
GERENTES	Llevar control administrativo, economico y tecnico de la empresa	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000	
		TOTAL	\$ 10.200.000		

Nota. En la tabla número cinco se evidencia que se maneja 6 cargos en la empresa los cuales son entrenadores, fisioterapeutas, contador, el servicio de aseo, los de mantenimiento y los gerentes. Cada uno tiene ciertas funciones por cumplir anualmente con la empresa, se especifica el número de personas, su labor, el salario obtenido por mes y un total de el pago a cada una de las personas.

Tabla 6

Recursos Físicos

RECURSOS FISICOS			
OBJETO	CANTIDAD	FUNCION	VALOR
Piscina	1	Terapia y entrenamiento	\$ 2.000.000
Cancha sintetica	1	Terapia y entrenamiento	\$ 1.600.000
Pista de atletismo	1	Terapia y entrenamiento	\$ 1.700.000
Edificio	1	Terapia, entrenamiento y sala de recepcion	\$ 10.000.000
		TOTAL	\$ 15.300.000

Nota. Se observa en la tabla número seis toda la parte de recursos físicos más importantes de la empresa, donde se describe la cantidad, la función que tiene este recurso físico para la empresa también para los usuarios y el valor por la cantidad, al finalizar vemos el valor total de estos recursos.

Tabla 7

Recursos técnicos y tecnológicos

RECURSOS TECNICOS Y TECNOLOGICOS			
OBJETO	CANTIDAD	FUNCION	VALOR
Bicicletas estaticas	8	Terapia y entrenamiento	\$ 4.000.000
Computador	1	sistema tecnico y control de datos	\$ 1.600.000
Caminadoras	5	Terapia y entrenamiento	\$ 6.000.000
Sillas	20	Terapia, entrenamiento y sala de recepcion	\$ 700.000
Cables	10	sistema tecnico	\$ 120.000
Materiales termicos	20	Terapia	\$ 2.300.000
Materiales de electroestimulacion	2	Terapia	\$ 14.560.000
Material de entrenamiento	500	Entrenamiento	\$ 991.200
		TOTAL	\$ 30.271.200

Nota. Se evidencia en la tabla número siete los recursos técnicos y tecnológicos mas relevantes en la empresa, los cuales serán utilizados tanto para terapias como para entrenamientos y trabajo administrativo de la misma, por otra parte se observa la cantidad que cada objeto, su función y el valor total de la cantidad requerida.

Tabla 8

Recursos Financieros

RECURSOS FINANCIEROS	
FACTORES	VALOR
Total recursos (físicos, talento humano, tecnicos y tecnologicos)	\$ 55.771.200
Cuota préstamo financiero	\$ 5.000.000
Otros	N/A
Total	\$ 60.771.200
%10 IMPREVISTOS	

Nota. En la tabla número ocho se define los recursos financieros donde se suma el total de recursos físicos y la parte de talento humano, los recursos técnicos y tecnológico, también se añade la cuota del préstamo financiero que es de 5'000,000 se agrega la casilla otros y por último se agrega el 10% de los imprevistos.

Tabla 9

Inversión	10%
Inicial	\$85.253.911 imprevistos

Inversión Inicial	\$93.779.302
----------------------	--------------

Nota. En la tabla número nueve se da a conocer cuánto va a ser la inversión inicial de la empresa, teniendo en cuenta las compras de implementos para terapias y entrenamientos, como maquinas, bandas, balones, bicicletas estáticas, entre otras cosas.

Capítulo VIII: Actividades Claves

Son aquellas acciones que son muy importantes en cuanto a la creación de empresa para que este funcione correctamente, según Cáceres (2020) ya que, para ofrecer la propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer las relaciones con los clientes potenciales y de tal manera recibir los ingresos, estas actividades pueden variar en función al objetivo de la empresa y modelo de negocio.

En nuestra compañía realizaremos actividades hacia la implementación de soluciones para el cliente. Las actividades clave que se realizan dentro de la empresa se desarrollan mediante unos pasos en cuanto al registro por primera vez del usuario, entrenador y fisioterapeuta.

Solución de problemas de rehabilitación y entrenamiento

Paso 1: Valoración, tiene costo mientras la persona diga que no continua con el proceso, si decide continuar no se cobrara la consulta

La valoración es realizar una serie de entrevista de la vida cotidiana pero también donde se anexan todos los datos del sujeto, se realizan diferentes preguntas

personales, también la edad, peso, talla, entre otras cosas, también es donde se determina cual es el proceso a realizar con dicha persona.

Paso 2: inscripción donde la persona deberá anotar sus datos, que van remitidos del fisioterapeuta y del entrenador.

Paso 3: deberá anotar sus objetivos luego de esto se realiza la ejecución de sesiones de terapia.

Se especifica a la persona por que debe tomar la rehabilitación y para que le va a servir todo el proceso de recuperación desde que inicia hasta que finaliza, esto con el fin de que el sujeto este enterado de quien lo va a tratar, que le va a hacer, el por qué, también por qué tan poco o por lo contrario tanto tiempo.

Paso 4: luego de esto se realiza la ejecución de entrenamiento personalizado.

Se le da toda la información porque es bueno que retome sus entrenamientos, ya que es importante por la salud y también con el fin de que el sujeto este enterado de quien lo va a tratar, que le va a hacer, el por qué, también por qué tan poquito o por lo contrario tanto tiempo

Paso 5: Evaluación por medio de un formulario de satisfacción de la sesión del día.

Se realiza una serie de preguntas, como, que tal estuvo el entrenamiento, que mejoraría de los entrenadores o terapeutas, sugerencias o inquietudes etc.

Capítulo IX: Estructura De Costos

La estructura de costos como expresa Escalante y Cobo (2022) es donde se especifican, describen y analizan los costos de las empresas que serán necesarios para poder llevar a cabo todas las actividades de la empresa y generar ingresos. Esto se hace mediante la identificación y comprensión de todos los costos relevantes de la empresa para que así se puedan tomar decisiones logrando optimizar y reducir lo más posible.

Tabla 10

Costos fijos (se repiten mensualmente)

COSTOS FIJOS			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS FIJOS
EDIFICIO (arriendo)	\$11.000.000	1	\$11.000.000
MANTENIMIENTO CANCHA	\$65.000	1	\$65.000
MANTENIMIENTO DE MAQUINAS	\$105.000	1	\$105.000
DEPRECIACION	\$2.574.311	1	\$2.574.311
Cancha (arriendo)	\$1.000.000	1	\$1.000.000
MANTENIMIENTO DE PISCINA	\$1.000.000	1	\$1.000.000
CONTADOR	\$1.700.000	1	\$1.700.000
TOTAL COSTOS FIJOS			\$17.444.311

Nota. En la tabla número diez se muestra toda la parte de los costos fijos, podemos evidenciar desde lo que se paga mensualmente de arriendo, como también toda la parte de depreciación, el mantenimiento de las instalaciones, lo más importante en la parte económica para la empresa en es el pago al contador.

Tabla 11

Costos Variables

COSTOS VARIABLES			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
DOTACIÓN UNIFORME	\$80.000	19	\$1.520.000
GERENTE	\$4.000.000	2	\$8.000.000
ENTRENADORES	\$1.050.000	4	\$4.200.000
SERVICIOS DE LUZ, AGUA, TELEFONIA E INTERNET	\$4.000.000	1	\$4.000.000
PAPELERIA	\$100.000	1	\$100.000
		TOTAL COSTOS VARIABLES	\$17.820.000

Nota. En la tabla anterior número once se observa toda la parte de costos variables, donde se da a conocer los costos por cada uniforme de los trabajadores, la nomina de los gerentes y entrenadores, también los costos de los servicios públicos y por último, toda la parte de papelería mensual.

Tabla 12

Costos variables Unitarios

No. Personas 126	Costo Variable	\$141.429
	Unitario	

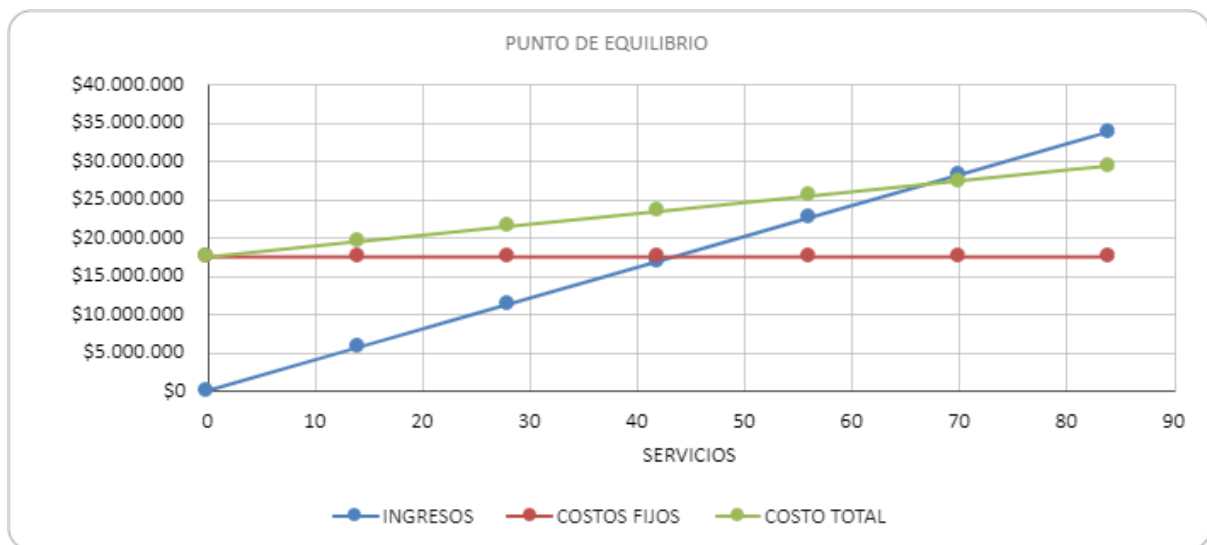
Nota. Punto de equilibrio tengo un numero de ventas donde no pierdo ni gano

$$\begin{array}{r}
 \text{PE=} \quad \quad \quad \mathbf{\$17.444.311} \\
 \hline
 \quad \quad \quad \mathbf{\$402.063} \quad \quad \mathbf{\$141.429} \\
 \\
 \text{PE=} \quad \quad \quad \mathbf{67} \quad \quad \quad \text{Personas}
 \end{array}$$

Nota. Lo mencionado anteriormente en la tabla número doce es donde se hace el punto de equilibrio teniendo en cuenta que no se gana ni se pierde, por otra parte, se tiene en cuenta el numero de personas y se obtiene el punto de equilibrio el cual es 67 el cual punto mínimo en general del proyecto son 67 personas atendidas en terapia y entrenamiento.

Figura 4

Grafica punto de equilibrio



Por ultimo se muestra en la gráfica, los servicios brindados y el valor promedio a estos servicios el cual es de 20 a 25 millones aproximadamente, todo esto es obtenido gracias a todas las tablas nombradas anteriormente.

Nuestros costos según el modelo canvas se centran en la relación con clientes, contratar personas para resolver problemas de los usuarios de la operación de la empresa Costos de mantenimiento en cuanto a las instalaciones de la empresa. En cuanto a canales en cuanto a marketing al tener una parte por redes social de fácil acceso.

Capítulo X: Evaluación Financiera

Según Fajardo, S, (2017) Es un proceso financiero mediante el cual, una vez conocida la inversión inicial y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto, es necesario determinar con exactitud cuales son los riesgos, beneficios y ganancias que son inherentes al mismo. En el mundo financiero, este tipo de investigación se define como una evaluación financiera de proyectos.

Teniendo en cuenta la inflación del año 2022 del 14% y planeando un crecimiento anual en ventas de 18%, además de un aumento en los costos del 16% en el año se generó los siguientes datos en los tres primeros años del proyecto:

Tabla 13

Flujo de ingresos

Flujo de Ingresos

	A
Año	Valor
1	\$ 607.920.000
2	\$ 817.773.984
3	\$ 1.100.069.563
Total	\$ 2.525.763.547

Nota. En la tabla Anterior se evidencia los ingresos en un año dos años y tres años, el cual el valor inicial en el primer año es de seiscientos siete millones novecientos veinte mil pesos, en el segundo año se obtendrá un ingreso de ochocientos diez y siete millones setecientos setenta y tres novecientos ochenta y cuatro mil pesos. Para determinar este ingreso lo que se realizó fue tomar el valor del primer año y multiplicarlo por 1.14 por 1.18 y el tercer año es exactamente lo mismo, pero con el valor del segundo año multiplicado por el 1,14 y el 1,18.

Tabla 14

Porcentaje de inflación

INGRESOS AÑO 1 - 2 - 3 TOTAL	INFLACION	CRECIMIENTO ANUAL EN VENTAS	AUMENTO EN COSTOS	TOTAL
	14%	18%	16%	
\$ 607,920,000.00	\$ 85,108,800.00	\$ 109,425,600.00	\$ 97,267,200.00	\$ 899,721,600.00
\$ 817,773,984.00	\$ 114,488,357.76	\$ 147,199,317.12	\$ 130,843,837.44	\$ 1,210,305,496.32
\$ 1,100,069,563.00	\$ 154,009,738.82	\$ 198,012,521.34	\$ 176,011,130.08	\$ 1,628,102,953.24
\$ 2,525,763,547.00				\$ 3,738,130,049.56

Nota. En la tabla se realiza la suma de los ingresos de los 3 primeros años, se obtiene el total de los mismos, luego de esto teniendo en cuenta el porcentaje de inflación del año 2022 el cual es el 14% se realiza el aumento de este porcentaje debido al crecimiento anual de las ventas el cual es 18% por último se muestra el aumento de los costos en cada año el cual es el 16% y para finalizar se evidencia el total de los mismos.

Tabla 15

Flujo de egresos

Flujo de

Egresos

	B
Año	Valor
1	\$ 423.171.733
2	\$ 559.602.300
3	\$ 740.018.082
Total	\$ 1.722.792.115

Nota. En esta tabla número quince se evidencia que existe un valor bastante elevado en el primer año, también en los dos años siguientes el valor total es de \$ 1.722.792.115, el cual es muy alto, pero con el proceso que se quiere llevar en la empresa es un valor justo.

Tabla 16

Flujo de

Efectivo Neto

Flujo de efectivo neto

	A-B
Año	Valor
1	\$ 184.748.267
2	\$ 258.171.684
3	\$ 360.051.482
Total	\$ 802.971.432

Nota. Se evidencia en la tabla número 16 toda la parte de flujo en efectivo neto, en el que se presenta el flujo de efectivo en el primer año el cual es bueno, pero no rentable en el segundo año es moderado, pero tampoco muy viable y el tercer año ya es rentable ya que el aumento es bastante significativo.

Tabla 17

Porcentaje de TiO

TiO= **29%**

Nota. El TiO es de un 29% el cual es una tasa de ganancia al solicitar un crédito de libre inversión en un banco.

Tabla 18

Tasa Interna de Retorno

VNA=VPN= **\$372.302.438**

	TERCER	PRIMER
	año	año
TIR=	220,35%	73,45%

Nota. La TIR en el primer año es del 73,45 por ciento el cual es un valor significativo de ingresos ya que es bastante alto y mucho mejor en el tercer año el cual es de 220,35 porciento, ya que estos valores son buenos el significado es un beneficio para la empresa por sus porcentajes tanto a un año como a los 3 años

Tabla 19

Periodo de recuperación de la inversión inicial

PRI= **6,091270283** MESES **7 Meses**

Nota. Los siete meses mencionados anteriormente en la tabla número diez y siete es el periodo de recuperación de la inversión inicial.

El Valor Presente Neto del proyecto de empresa es de 372 millones de pesos colombianos, en el primer año la TIR es de un 73,45% y ya para el tercer año se evidencia un crecimiento llegando a 220,35%.

Lienzo Del Modelo De Negocio








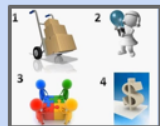


Business Model Canvas

Diseñado por:
LAURA JULIANA MORENO

Diseñado para:

En: dd/mm/aaaa

Iteración #

Asociados Clave <ul style="list-style-type: none"> > CLUBES DEPORTIVOS > ESCUELAS DE FORMACIÓN DEPORTISTAS DE ALTO RENDIMIENTO CLINICAS  	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> ◆ RECUPERACIÓN DE CAPACIDADES FÍSICAS AL 100% ◆ DESARROLLO DE MEJORAS EN HABILIDADES DEPORTIVAS 	Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> □ DISMINUIR RIESGO EN SALUD □ FORTALECER EL ALTO RENDIMIENTO □ FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES □ REDUCCIÓN DE LESIONES  	Relación con los Clientes <ul style="list-style-type: none"> ★ DESCUENTOS 10% HASTA 30% ★ PROCESO DE ESTUDIO CON PROFESIONALES ★ ASISTENCIA PERSONAL 	Segmento de Clientes <ul style="list-style-type: none"> • CLIENTES LOCALES • CLIENTES EN LÍNEA • USUARIOS DE PASO 
Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> □ PERSONAL □ MATERIALES □ HERRAMIENTAS □ ESPACIO DE TRABAJO 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • REDES SOCIALES • PÁGINA WEB • CORREO ELECTRÓNICO • PERIÓDICOS • SEDE DEL LUGAR • VOZ A VOZ 		

Estructura de Costos

Total costos variables: \$ 17,820,000

Total Costos Fijos: \$17,444,311

Egresos	
Año	Valor
1	\$ 423.171.733
2	\$ 559.602.300
3	\$ 740.018.082
Total	\$ 1.722.792.115


Inversión Inicial de: \$ 93.779.302

- ◆ DESARROLLO DE LA PÁGINA WEB
- ◆ COSTO DE PROFESIONALES
- ◆ SERVICIOS MARKETING

Vías de Ingreso

Ingresos	
Año	Valor
1	\$ 607.920.000
2	\$ 817.773.984
3	\$ 1.100.069.563
Total	\$ 2.525.763.547

- FISIOTERAPEUTA
- PRO CFDR
- USUARIOS



Referencias

Asensio del arco, e. v. a., & vázquez blömer, b. e. a. t. r. i. z. (2012). Empresa e iniciativa emprendedora. Ediciones Paraninfo, SA. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mG5UNFRqaS8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=por+que+escoger+tu+empresa&ots=qMgPG32tK-&sig=P0iP-ChVMHKkW17PsV_7WWYyBH4#v=onepage&q=por%20que%20escoger%20tu%20empresa&f=false

Blanco, M. E. C., Herráez, R. C., & Fernández, A. J. H. (2022). Empresa e iniciativa emprendedora 2022. Editex. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aZFzEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=fernandez+2022+relacion+con+clientes&ots=FDcY5G8_oX&sig=D4uApjJFP16lBwZnRfAuQgnHR9k#v=onepage&q=fernandez%202022%20relacion%20con%20clientes&f=false

Bolaños Bocanegra, I. V., Vásquez Corredor, N., Cañas Rivera, L. H., Londoño Gallego, Y. L., & Sabi Polo, G. J. (2017). Proyecto de emprendimiento social comunidades conscientes. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/17905>

Camino, J. R., & De Garcillán, M. (2012). Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones. Esic Editorial. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dYtkAwwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=Los+canales+se+caracterizan+por+ser+la+manera+en+la+que+la+propuesta+de+valor+se+hace+llegar+a+el+segmento+de+mercado,+siempre+teniendo+en+cuenta+los+p>

[recios+y+la+eficiencia+para+que+as%C3%AD,+el+producto+o+servicio+llegue+a+un+mayor+n%C3%BAmero+de+personas+y+se+d&ots=CwA_Iatddo&sig=pZE9MYFmG-daiIGvquiLGGroFV4#v=onepage&q&f=false](#)

Congreso de la república de Colombia (2013) salud mental- ley 1616 de 2013

Cruz, C. X. (2021). Resiliencia: Cómo desarrollar la fuerza mental para superar cualquier situación difícil y vivir una vida mejor. CX Cruz. Recuperado de

Escuela europea del deporte (2023) rehabilitación deportiva. Recuperado de <https://www.eedeporte.com/rehabilitacion-deportiva-tratamientos/>

Espinoza Montoya, C. E., Escalante Figueroa, R. M. D. F., Cori Ortega, J. W., & Pomareda Ponce de León, J. (2022). Plan de negocio para determinar la viabilidad de implementar un Marketplace de servicios para el mejoramiento del hogar, que conecten especialistas ofertantes con hogares demandantes. Recuperado de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/3008>

Farías, F. J. Z., Pacheco, M. E. S., Mayorga, R. X. M., & Crespo, S. F. G. (2022). Determinantes de la rentabilidad financiera de las microempresas: un estudio transversal para el sector comercio. *Universidad y Sociedad*, 14(S6), 625-632. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3493>

Gómez-Espejo, V., Ortega Toro, E. y Olmedilla Zafra, A. (2023). La visualización en la rehabilitación de lesiones deportivas: una revisión. *Apuntes de Psicología*, 41 (1), 59-65. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i1.1528>.

Hernández Posada, Á. S. (2001). Algunas consideraciones acerca de los valores humanos y el profesional de enfermería. *Aquichan*, 1(1), 18-22. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/aqui/v1n1/v1n1a07.pdf>

Khodi, R., Nakagawa, R., & Pingel, B. (2017). Research and Development of Adaptable Heads-up Display. Recuperado de https://scholarcommons.scu.edu/cseng_senior/88/

La OMS (2023) la fisioterapia, el arte y la ciencia del tratamiento físico. Recuperado de <https://www.who.int/es>

Mendoza Martinez, F. (2020). Marketing mix en las micro y pequeñas empresas del rubro mueblerías: caso Zea Vargas Manuel del distrito de Andrés Avelino Cáceres Doregaray, Ayacucho, 2020. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/20577>

Ministerio del deporte (2023) ley 181 de 1995 <https://www.mindeporte.gov.co/atencion-servicio-ciudadania>

Navas, J. O. (2000). La rehabilitación en el deporte. *Arbor*, 165(650), 227-248. Recuperado de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/967>

Perdomo, O. R. (2012). ¡Abre Tu Negocio... y Vivir S En Abundancia!: Paso a Paso Las Reglas del Juego Comercial, y Las PR Cticas Exitosas de Tu Iniciativa Empresarial. Palibrio. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Y61PAgZ1JxgC&oi=fnd&pg=PA4&dq=>

[por+que+escoger+tu+empresa&ots=tWm_jlBjRh&sig=4lLZ6x47bnd0xKggQQwvyRcqCwQ#v=onpage&q=por%20que%20escoger%20tu%20empresa&f=false](#)

Rodriguez, M. P. C., Barbosa, M. R. C. D. S. D. S., & Fernandes, J. L. L. (2016). La vitalidad y la vejez. IGT na Rede, 13(24), 115-133. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-25262016000100008#:~:text=La%20vitalidad%20tiene%20que%20ver,%2C%20%26%20Chang%2C%202012).

Rojas-Jiménez, M., Zurita-Ortega, F., & Castro-Sánchez, M. (2020). ASOCIACIÓN ENTRE EL AUTOCONCEPTO Y LA PRÁCTICA DE ACTIVIDAD FÍSICA EN ESCOLARES DE GRANADA. Journal of Sport & Health Research, 12(2).

Rubio, E., Comín, M., Montón, G., Martínez, T., Magallón, R., & García-Campayo, J. (2013). Determinantes de la capacidad funcional en personas mayores según el género. Gerokomos, 24(2), 69-73. Recuperado de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-928X2013000200004

Salazar Zambrano, M. B. (2023). LAS CADENAS COMERCIALES Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LOS NEGOCIOS DE ABASTOS DEL MERCADO CENTRAL DE JIPIJAPA (Bachelor's thesis, Jipijapa-Unesum). Recuperado de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5269>

Salguero, A., Tuero, C., & Márquez, S. (2007). Abandono de la práctica deportiva. Guillén, F., & Bara, M.(coords.). Psicología del entrenador deportivo, 97-118. Recuperado de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cMcyCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA97&dq=abandono+de+pr%C3%A1ctica+deportiva+por+lesion&ots=56hrD2gkf8&sig=BnWDZFGkynF9Jf6bDUMwPoVysd4#v=onepage&q=abandono%20de%20pr%C3%A1ctica%20deportiva%20por%20lesion&f=false>

Terrados, N., & Calleja González, J. (2010). Recuperación post-competición del deportista. Arch. med. deporte, 281-290. Recuperado de <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-102569>